

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Babbie, E. (2016). *The Practice of Social Research* (14th Ed.).
- Clark, T., Foster, L., Sloan, L., & Bryman, A. (2021). *Social Research Methods* (6th Ed.).
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (7th Ed.). In SAGE Publishing.
- Dawson, C. (2020). *A–Z of Digital Research Methods* (1st Ed.).
- Maio, G. R., Haddock, G., & Verplanken, B. (2019). *The Psychology of Attitudes & Attitude Change* (3rd Edition). In SAGE Publishing.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation* (6th Ed.). Pearson.
- Malhotra, N. K. (2019). *Marketing Research: An Applied Orientation* (7th Ed.). Pearson.
- McQuail ' s. (2020). *Media and Mass Communication Theory* (7th Ed.).
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th Ed.).
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion Communication and Attitudes in The 21st Century* (6th Edition). Routledge Published.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business – A Skill Building Approach* (7th Ed.). John Wiley & Sons Ltd.
- West Richard, L., & Turner Lynn, H. (2021). *Introducing Communication Theory Analysis and Application* (7th Ed.). Published by McGraw Hill LLC.

Artikel Jurnal

- Ali, M. (2024). *Komunikasi Massa Model Dakwah Ramzi (Analisis Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen-Aceh)*. 2(2), 158–175.
- Cindi, D., Ginting, A., Rezeki, S., & Siregar, A. A. (2024). *Analisis Pengaruh Jejaring Sosial Terhadap Interaksi Sosial di Era Digital*. 2(1), 22-29.
- Evelina, L. W., & F. Handayani. (2018). *Penggunaan Digital Influencer Dalam Promosi Produk* (Studi Kasus Akun Instagram @bylizzieparra). Warta ISKI. Vol 01 (01): 71-82.
- Fatharani, D. P., & Putri, D. W. (2023). "Pengaruh Fashion Influencer Thrift @rayiputra26 Terhadap Gaya Busana Followers Instagram @rayiputra26." *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 3(1):19–24.
- Fathiyyah, R. N., Rina, N., & Sumber, T. K. (2019). Pengaruh Kredibilitas Youtuber Terhadap Sikap Penonton Pada Channel Youtube Atta Halilintar. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta diurna*, 15(2), 98–118.
- Fauzi, V. R. (2022). *Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pon Di Kabupaten Trenggalek*. Dilansir pada laman repo.uinsatu.ac.id. Diakses pada senin, 21 Juli 2025.
- Febria, L., & Berlintina, L. (2020). Kredibilitas Selebriti Mikro pada Niat Beli Produk di Media Sosial. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 1(2), 155–169.
- Firdausi, T. I., & Putri, K. Y. S. (2021). Motif dan Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNJ Angkatan 2019 Dalam Menggunakan Media Sosial Instagram. *Jurnal Common*, 5(1), 67-76.
- Gibrihi, R., & Basri, A. I. (2022). Pengaruh Keahlian, Kepercayaan, Daya Tarik, Keakraban, Kesukaan, dan Kesamaan Influencer Tiktok terhadap Keterikatan Merek. *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan*

Manajemen, 19(2), 670-677.

Giffar, Z. M., Adnan, I. Z., Hendrawan, H. (2024). *Makna Kecemasan Komunikasi Dalam Wawancara Kerja Bagi Mahasiswa Fresh Graduate*. 9(4), 810–828.

Hidayanti, A. A., & Mandalika, E. N. D. (2023). “Analisis Korelasi Pearson Biaya Produksi Terhadap Luas Lahan Petani Garam DI Kecamatan Bolo Kabupaten Bima”. *Jurnal Inovasi Pendidikan dan Sains* 4(1):5–10

Huhn, R., & Ferreira, J. B. (2018). *The effects of social media opinion leaders recommendations on followers intention to buy*. 57–73.
<https://doi.org/10.7819/rbgn.v20i1.3678>

Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium*, 8(1), 1-17.
[https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820).

Intan, M., Dewi, S., Simatupang, M., Purba, R. F. (2022). *Self Awareness Pada Kandidat Yang Berhasil dan Gagal Pada Kegiatan Wawancara Kerja*. 3(1), 7–15.

Jaiswal, P. (2024). A Comparative Study on Social Media's Positive and Negative Effects on Gen Z. *Journal of Advanced Research in Quality Control & Management*, 09(01), 6–14.
<https://doi.org/10.24321/2582.3280.202403>.

Jampel, I. N., Sudhita, I. W. R., & Suartama. I. K. (2023). *Komunikasi Massa*. Dilansir pada laman academi.edu. Diakses pada Selasa, 14 Januari 2025.

Jannah, M. (2020). *Personal Branding Didi Kempot Melalui Instagram (Analisis Isi Akun Instagram @didikempot_official Tahun 2019)*. Dilansir pada laman fud2.uinsaid.ac.id. Diakses pada Selasa, 14 Januari 2025.

- Mai Linh, N., Phuong Nam, T., Anh, N. T. Q., & Hoang Long, M. (2023). Impact of Social Networking Application TikTok on Student Career Orientation (A Case Study: Students in 3 Majors at Universities in Hanoi City). *VNU Journal of Science: Policy and Management Studies*, 39(3), 65–79. <https://doi.org/10.25073/2588-1116/vnupam.4448>.
- Maulana, I., Merseyside, J., & Salsabila, O. (2020). *Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital*. 17(1), 28–34.
- Media, E., Rri, O., Id, C. O., Hidayat, Z., Hasmawati, F., & Hamandia, M. R. (2024). Komunikasi Massa pada Media RRI Palembang dalam Eksistensi Media Online (RRI.CO.ID). *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 1(3), 1–10.
- Monavia Ayu Rizaty. (2022). *Ternyata, Mayoritas Masyarakat Indonesia Percaya dengan Media*. Dilansir pada laman databoks.katadata.co.id. Diakses pada Kamis, 16 Januari 2025.
- Nastiti, E., & Waskito, J. (2024). Pengaruh Konten Edukasi Karir Vina Muliana dalam Media Sosial Tiktok Terhadap Orientasi Karir Generasi Z dengan Perilaku Fomo Sebagai Pemediasl. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(12), 5882–5893.
- Nurhasanah, A., & Zakiah, K. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Vina Muliana terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, 3(2), 99–104.
- Nur, M. (2023). Eksperimen Isu APBN Di Media Sosial: Peran Penting Pegawai Sebagai Opinion Leader. *Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara dan Kebijakan Publik*, 8(2), 149–169.
- Putri, C., Sari, M., Andriyani, D., & Nailufar, F. (2023). Peningkatan Sumberdaya Manusia Melalui Pelatihan Job Interview Untuk Persiapan

- Menghadapi Dunia Kerja. *Jurnal Pengabdian Ekonomi dan Sosial*, 2(1), 16–20.
- Putri, K. Y. S., Fathurahman, H., Riady, Y., Andriani, Y., & Hanifah, H. (2022). *Literasi Komunikasi Kesehatan Masyarakat Indonesia*. 4(1), 114–134. <https://doi.org/10.21009/communications.4.2.1>.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication*, 8(1), 51-65.
- Ro, D., Juansah, D. E., & Riansi, E. S. (2023). Variasi Bahasa Jargon Pada Akun TikTok @Vina Muliana. *Jurnal Membaca Bahasa & Sastra Indonesia*, 8(2), 179–188.
- Setiawan, C. K., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh *Green Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *The Body Shop* Indonesia (Studi Kasus Pada *Followers Account* Twitter @TheBodyShopIndo). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 1-9.
- Sugiharto, S. A., Ramdhana, M. R. (2018). Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Merek (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). *JIPSi*. 8(2).
- Sumiyati, I., Komala, L., & Setianti, Y. (2018). *Hubungan Antara Kredibilitas Petugas Pelayanan Informasi Puskesmas Dengan Sikap Pengunjung Terhadap Puskesmas Nagreg*. 9(2).
- Sultan, U., Tirtayasa, A., & Yuliana, N. (2024). Youtube “*Satu Persen*” Sebagai Sarana Komunikasi. 2(1), 96–105.
- Syafrudin., Kamal. M., & Wati, S. (2022). Keterampilan Memberikan Variasi Mengajar Mahasiswa Ppl Prodi PAI Fakultas Tarbiyah Ilmu Keguruan UIN Syekh M. Djamil Djambek Bukittinggi Dalam Persepsi Guru Pamong Di Pondok Pesantren Madinatul Munawwarah Bukittinggi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(3), 608–617.

Taubah, M. (2020). Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Maharah Kalam. *Mu'allim Jurnal Pendidikan Islam*, 2(1), 57–66.

Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Al-Fathonah: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 1(1), 342-351.

Utama, R. D. H., & Rosalina, F. (2016). *(The Influence of Testimony in Advertising)*. 15(1), 97–117.

Wibowo, D. A., Nasher, A. (2023). *Pengaruh Terpaan Akun Instagram @ Magdaleneid Dan Motif Penggunaan Terhadap Persepsi Followers*. 11(2), 216–228. <https://doi.org/10.21009/COMM.1102.04>.

Yanuar, F., Ekayanthi, D., & Marta, R. F. (2022). *Transmisi Pesan Dalam Digitalisasi – Analisis Penggunaan Media Sosial Oleh Dokter Tifa*. 10(2), 266–284. <https://doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.030.08>.

Prosiding:

Hidayah, N., & Esfandari, D. A. (2019). “Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Akun @duniakulinerbdg Terhadap Minat Penggunaan Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kuliner”. *E-Proceeding of Management* 6(1):1691–1699.

Hung, P., Dao, A., Manajemen, F., Tomas, U., & Ceko, R. (2023). *Pengaruh TikTok pada Generasi Muda di Vietnam*. Prosiding Konferensi Eropa Ke-10 Tentang Media Sosial, ECSM, 310–320.

Intelligentia - Dignitas